

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisa, dan menjelaskan pengaruh citra merek, *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Wakul Suroboyo.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden terdiri dari konsumen Wakul Suroboyo yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The research aimed to examine, analyze and describe the effect of brand image, word of mouth, and product quality on buying decision of Wakul Suroboyo.

The research was descriptive analysis with quantitative approach. While, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 100 respondents (Wakul Suroboyo) as sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). In addition, the instrument testing used validity and reliability test.

The research result concluded brand image had positive but in significant effect on buying decision. Meanwhile, word of mouth had positive and significant effect on buying decision. Likewise, product quality had positive and significant effect on buying decision.

Keywords: Brand Image, Word of Mouth, Product Quality, Buying Decision

